

УДК 339.138

Кицкай О. –ст. гр. БКмз-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГОВІ РІШЕННЯ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.е.н., доцент Бурліцька О.П.

Комерційна діяльність є невід'ємною частиною діяльності підприємств в умовах ринку. Основна мета комерційної діяльності – отримання прибутку. Проте прибуток, отриманий від комерційної діяльності, може використовуватись як для розвитку і розширення підприємництва, так і для максимального задоволення потреб суспільства. Комерційна діяльність підприємства ділиться на закупівельну та збутову діяльність.

При закупівлі товарів підприємство повинне вивчати ринок ресурсів, знати динаміку цін на даному ринку, витрати на доставку, можливості ефективною заміни одних матеріальних ресурсів на інші. Тому закупівельна комерційна діяльність на підприємстві складається із наступних етапів:

- вивчення ринку товарів та організація комерційних зв'язків з постачальниками;
- складання плану закупівлі;
- організація закупівлі;
- ведення розрахунків з постачальниками за придбану продукцію;
- вартісний аналіз заготівельної сфери.

Збутова комерційна діяльність являє собою найважливіший аспект комерційної діяльності підприємства в цілому. Лише реалізувавши товар і отримавши прибуток, підприємство досягає кінцевої мети: затрачений капітал приймає грошову форму, в якій він може почати свій кругообіг. Збутова комерційна діяльність на підприємстві багатогранна: вона починається з планування асортименту і збуту продукції, невід'ємною частиною якої є встановлення комерційних взаємозв'язків із кінцевими споживачами, які закінчуються операцією купівлі-продажу. Збутова діяльність підприємства включає :

- розробку планів-графіків збуту продукції покупцям;
- прийом продукції і підготовка її до реалізації споживачам;
- контроль за виконанням вимог споживача, що підкріплені його платоспроможністю.

Для досягнення поставлених в комерційній діяльності завдань необхідно враховувати наступні основні принципи:

- нерозривність комерційної діяльності і маркетингу;
- гнучкість комерційної діяльності, направленість на облік мінливих умов ринку;
- вміння передбачувати комерційні ризики;
- виділення пріоритетів;
- поява особистої ініціативи;
- високу відповідальність за виконання обов'язків по операціях купівлі-продажу;
- націленість на досягнення кінцевого результату – отримання прибутку.

Орієнтація збутової комерційної діяльності на концепцію маркетингу внесла значні зміни в організацію збуту, що враховує необхідність проведення аналізу ефективності комерційної діяльності та розробки нових форм збуту.